

# La actitud como determinante del grado de satisfacción de un servicio

---

IGNACIO A. RODRÍGUEZ DEL BOSQUE  
*Universidad de Oviedo*

JUAN A. TRESPALACIOS GUTIÉRREZ  
*Universidad de Cantabria*

RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES  
*Universidad de Oviedo*

## 1. INTRODUCCION. METODOLOGIA

El presente trabajo tiene su origen en un estudio de imagen y opinión sobre el servicio de Inspección Técnica de Vehículos que pretendía conocer la experiencia y la actitud del automovilista acerca del mismo. Para ello se realizó una encuesta entre una muestra representativa de la población que recogía las opiniones de los usuarios de cada una de las estaciones de inspección que están funcionando en la actualidad.

El estudio hace hincapié en todo lo relativo a la calidad del servicio. Calidad tal y como la percibe el usuario, no desde un punto de vista técnico de fiabilidad y conformidad de la forma de medidas e inspección, con ser este apartado de suma importancia. Hoy día está perfectamente comprobado que la calidad en el servicio es la vía para ser más competitivos y lograr mejor los objetivos empresariales o sociales cuando se trata de un servicio público de carácter no lucrativo.

El estudio de la imagen y opinión de la Inspección Técnica de Vehículos ha sido realizado consultando la opinión de una muestra representativa de personas que conocen o han recibido los servicios de estas empresas. La información primaria obtenida, mediante la realización de una encuesta, ha sido desarrollada con las características que a continuación se detallan.

UNIVERSO	Personas que conocen o han pasado la ITV.
AMBITO	Comunidad Autónoma de Asturias.
TAMAÑO MUESTRAL	447 entrevistas personales.
ERROR MUESTRAL	4,63 %.
NIVEL DE CONFIANZA	95,5 % (K=1,96) para el caso más desfavorable $p=q=0,5$
PROCEDIMIENTO DE MUESTREO	Muestreo estratificado con afijación proporcional al número de vehículos que han pasado la ITV en cada centro de inspección en 1993. Selección de las unidades a encuestar de forma aleatoria.
FECHA TRABAJO DE CAMPO	1 al 19 de marzo de 1994.

## 2. ACTITUD DEL PUBLICO ANTE EL SERVICIO

Nuestro primer objeto de estudio es analizar la actitud del automovilista ante la Inspección Técnica de Vehículos, en sentido favorable o negativo. Para ello se presentan una serie de afirmaciones relevantes en forma de escala Likert para que el entrevistado responda si está de acuerdo o no con cada una de ellas.

Partimos de la observación de ciertas relaciones entre las variables y por último se acaba clasificando a los encuestados en dos grupos de actitud que podríamos resumir en el grupo de favorables a la inspección y aquellos que muestran un cierto rechazo. Esta agrupación pretende comprobar si la pertenencia de los individuos a uno de los dos grupos va a influir en la experiencia satisfactoria o no en el servicio de ITV.

Apreciamos según la figura 1 una actitud mayoritariamente favorable hacia la ITV aunque se trate de un servicio obligatorio, lo que demuestra una alta concienciación de los ciudadanos. Acerca de su utilidad y beneficios sociales, no se desea que se convierta en un servicio voluntario, ni se tiende a pensar que sólo supone un gasto que beneficia a los talleres. El automovilista valora mucho que le indiquen fallos o defectos del vehículo aunque ello suponga no pasar la inspección, no se valora tanto la rapidez como la comprensión de lo que se revisa. Se confía en la profesionalidad de los técnicos pero como hecho muy destacable existe la creencia mayoritaria de que unas estaciones son más severas que otras y que el resultado de la inspección depende en gran parte del técnico que la lleva a cabo.

**Figura 1**  
**Porcentaje de Opiniones en Acuerdo o Desacuerdo**

	Acuer.	Desa.
1. Necesario pasar la ITV por mi seguridad y la de los demás	89,9	10,1
2. La inspección debería ser voluntaria, no obligatoria	25,7	74,3
3. La inspección sólo supone un gasto y pérdida de tiempo	18,8	81,2
4. La inspección sólo beneficia a los talleres	24,4	75,6
5. La ITV es un trámite más que te impone el gobierno	49,0	51,0
6. Se agradece que te indiquen fallos del vehículo, aunque no pase la ITV	88,8	11,2
7. Antes de la inspección voy al taller para asegurar un resultado favorable	51,5	48,5
8. La inspección ha de ser rápida aunque el técnico no explique nada	35,6	64,4
9. Confío en la profesionalidad de los técnicos que realizan la inspección	72,0	28,0
10. Unas estaciones son más severas que otras	76,5	23,5
11. Se agradece que el técnico explique detalles aunque vaya más lento	78,7	21,3
12. El pasar o no la inspección depende en gran parte del técnico que te toque	69,5	34,5

Con la referencia de las respuestas a las afirmaciones comentadas se ha aplicado un Análisis Cluster para formar grupos de individuos que se caractericen por la similitud mayor entre los pertenecientes a un mismo grupo y por una diferencia mayor entre grupos. Los centros de los clusters indican la proximidad de cada grupo a uno u otro valor básico o extremo.

Se han tomado dos clusters o grupos al comprobar que era la clasificación que ofrecía mayor información y tenía más sentido de cara a la interpretación de resultados. En la figura 2 se puede observar el peso de cada cluster o grupo (1 y 2) en cada variable.

El grupo 1 se muestra claramente más favorable, en virtud de la puntuación positiva (acuerdo), en las variables que hacen alusión a la necesidad e interés de revisar el vehículo y negativa con respecto a las afirmaciones relativas al hecho de que la inspección debería ser voluntaria, que sólo supone gasto y pérdida de tiempo, que sólo beneficia a los talleres o que la inspección se realice con rapidez. En el grupo 2, por el contrario, son de puntuación estrictamente negativa, valoran menos las afirmaciones en pro de la ITV; por ejemplo, piensan mayoritariamente que es un trámite más que impone el gobierno y son los que confían menos en la objetividad de la inspección al creer claramente que unas estaciones son más severas que otras y que el resultado de la inspección depende en gran parte del técnico de turno.

**Figura 2**  
**Peso de cada Cluster en cada Variable**

	Centros Clusters	
	1	2
1. Necesario pasar la ITV por mi seguridad y la de los demás	0,9763	0,2545
2. La inspección debería ser voluntaria, no obligatoria	-0,7092	0,2000
3. La inspección sólo supone un gasto y pérdida de tiempo	-0,8813	0,1636
4. La inspección sólo beneficia a los talleres	-0,8220	0,4364
5. La ITV es un trámite más que te impone el gobierno	-0,2938	0,8182
6. Se agradece que te indiquen fallos del vehículo, aunque no pase la ITV	0,8160	0,6545
7. Antes de la inspección voy al taller para asegurar un resultado favorable	0,1869	-0,4545
8. La inspección ha de ser rápida aunque el técnico no explique nada	-0,4837	0,3091
9. Confío en la profesionalidad de los técnicos que realizan la inspección	0,6320	-0,1455
10. Unas estaciones son más severas que otras	0,4184	0,8727
11. Se agradece que el técnico explique detalles aunque vaya más lento	0,7151	0,1455
12. El pasar o no la inspección depende en gran parte del técnico que te toque	0,1691	0,7455

**Figura 3**  
**Análisis de la Varianza**

Variable	Cluster MS	DF	Error MS	DF	F	Prob
AD1X	43,1964	1	0,266	445,0	161,9644	0,000
AD2X	68,5540	1	0,613	445,0	111,7040	0,000
AD3X	90,5523	1	0,409	445,0	221,0328	0,000
AD4X	131,3103	1	0,445	445,0	294,5630	0,000
AD5X	102,5382	1	0,773	445,0	132,5359	0,000
AD6X	2,1624	1	0,394	445,0	5,4842	0,020
AD7X	34,1266	1	0,927	445,0	36,8158	0,000
AD8X	52,1207	1	0,803	445,0	64,8501	0,000
AD9X	50,1324	1	0,696	445,0	71,9534	0,000
AD10X	17,1182	1	0,683	445,0	25,0394	0,000
AD11X	26,9138	1	0,612	445,0	43,9792	0,000
AD12X	27,5445	1	0,845	445,0	32,5791	0,000

En la figura 3 se presenta el análisis de la varianza donde se comprueba que prácticamente todas las variables son altamente significativas en el sentido de que sus valores discriminan a los individuos situándolos en uno u otro grupo.

En la figura 4 se recoge la composición de cada uno de los grupos. Es claramente mayoritario el grupo 1, quienes muestran una actitud favorable. Por otra parte encontramos al grupo 2 con un tamaño considerable.

**Figura 4**  
**Composición de los Clusters**

Cluster	% individuos
1	75,4
2	24,6
Total	100,0

### 3. IMPORTANCIA RELATIVA DE LOS ATRIBUTOS DEL SERVICIO

Establecidos los grupos de actitud interesa conocer el conjunto de atributos relevantes para el usuario en una estación de ITV. Su importancia relativa indicará las motivaciones que subyacen a la hora de utilizar el servicio.

Se tuvieron en cuenta cuatro características o atributos relevantes cuya puntuación media en una escala de 1 a 10, desviación típica y porcentaje de veces que fueron considerados como más importantes se exponen en la figura 5.

A la vista de los datos anteriores se observa que el criterio con mayor puntuación media tenido en cuenta por el usuario de ITV es el referente a la habilidad para realizar el servicio de forma segura y precisa, el mayor porcentaje, 40,9%, corresponde a la máxima puntuación. A continuación, se presenta la disponibilidad del personal para ayudar y servir rápidamente al usuario. En tercer lugar el trato amable e individualizado y, por último, con una puntuación claramente inferior se recoge la apariencia de las instalaciones físicas. Parece pues claramente que el usuario desea fundamentalmente un servicio de inspección seguro y preciso, sin menosprecio de los otros tres atributos.

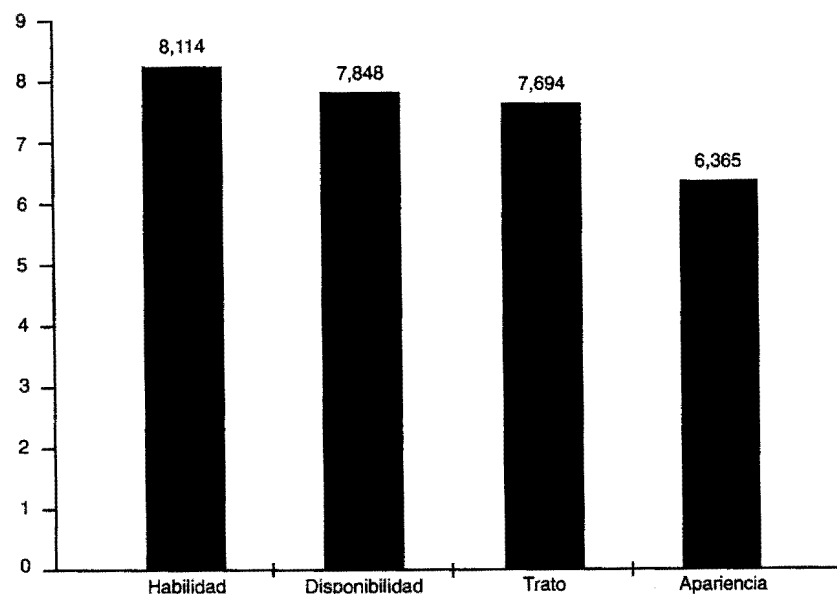
Como aparece en la figura 7 la mayoría elegiría la estación más segura aunque fuera más rigurosa la inspección, es decir lo que más preocupa al usuario en general es la seguridad de su vehículo y la capacidad de la inspección para detectar los fallos que pudieran existir. Mucha menos alusión se hizo al resto de posibilidades, el 15% elegiría la más rápida y con mejor horario. A destacar que sólo el 10% se inclinaría por una estación con mejores precios, lo que es indicativo de que este criterio no es evidentemente determinante para el usuario, dados los precios aplicados en la actualidad y que él cono-

ce por experiencia en una mayoría de los casos entrevistados. Menor importancia tiene la elección en virtud de la amabilidad del personal y el menor rigor en la inspección.

**Figura 5**  
**Importancia de los Atributos del Servicio**

	%	Media	D.T.
Habilidad de la estación para realizar el servicio de forma segura y precisa	40,9	8,11	1,94
Trato amable e individualizado que se da al usuario, confianza	28,6	7,69	2,47
Disponibilidad del personal para ayudar al usuario y dar un servicio rápido	23,3	7,84	2,21
Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, material de oficina	7,2	6,36	2,22

**Figura 6**  
**Importancia de los Atributos (valores medios)**



Por otra parte, en lo que se refiere a los grupos de actitudes, en la figura 7 se observa cómo el grupo 2, que recogía a los usuarios con una actitud más negativa ante la ITV, valoran en menor medida la seguridad y rigor de la estación (aunque sigue siendo el criterio más determinante) y tienen más en cuenta otros aspectos en la elección como son el precio barato y la rapidez en el servicio. Por tanto, consecuente con una menor credibilidad en los beneficios que se pueden derivar de la inspección de un vehículo.

**Figura 7**  
**Criterios de Elección**

QUE ESTACION ELEGIRIA	TOTAL	GRUPO	
	%	1	2
La más segura	56,8	60,8	44,5
La más rápida	15,2	14,2	18,8
La más barata	10,5	8,0	18,2
Personal atento	9,6	8,9	11,8
La menos rigurosa	7,8	8,0	7,3
TOTAL	100	100	100

#### 4. EXPERIENCIA Y GRADO DE SATISFACCION EN LA PRESTACION DEL SERVICIO

La satisfacción en un servicio como es el caso que nos ocupa, no depende exclusivamente de un hecho puntual, sino que es el resultado de la experiencia en una serie de características concurrentes que van desde la apariencia en las instalaciones físicas, la rapidez en la prestación del servicio, la capacidad del personal para inspirar confianza o demostrar profesionalidad o el trato cordial y amable, entre otros. Naturalmente no todos los usuarios valoran en igual medida cada uno de los atributos mencionados y hay que contemplar la importancia que les asignan.

De los automovilistas entrevistados que utilizaron los servicios de ITV se extraen declaraciones relacionadas con su experiencia en una serie de aspectos concretos recogidos en el cuestionario. El objetivo es que manifiesten un grado de insatisfacción o satisfacción en una escala de 1 a 5: (TOTAL DESACUERDO a TOTAL ACUERDO).

En la figura 8 se puede observar que se han obtenido puntuaciones favorables en los 18 aspectos considerados como importantes para el usuario. La media es un indicador que permite comparar rápidamente entre las 18 afirmaciones (varía entre 1 y 5). La desviación típica recoge la homogeneidad de las respuestas (mayor cuanto menor es su valor).

En las cuestiones relacionadas con la comodidad y aspecto de las instalaciones se percibe que la puntuación más común es la de 4 (DE ACUERDO), con valores medios entre 3,4 y 3,5. Valores similares alcanza el cumplimiento del tiempo de revisión, el carácter completo del mismo y la confianza en la profesionalidad del personal. Destaca con la mayor puntuación la afirmación "La forma de cobro es rápida y cómoda", con un 37% que afirma estar totalmente de acuerdo.

Los siguientes aspectos fluctúan casi todos entre 3.3 y 3.7. Destacan con puntuaciones inferiores los siguientes:

1. "El inspector no está demasiado ocupado para responder a sus preguntas" con 3,14, donde el 42% no se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo.

2. El único aspecto con una puntuación global ligeramente negativa es el que se presenta como: "Los empleados de inspección tratan de comprender sus necesidades y situación" con 2,91 y un 25% que se muestran en desacuerdo.

3. También admite una puntuación media en el límite (3,03), la afirmación "El inspector tiene interés en que ud. comprenda lo que está realizando".

A la vista de lo anterior se puede concluir que el usuario del servicio de ITV se muestra satisfecho en general, dados los porcentajes pequeños de quienes afirman estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo.

Si nos atenemos a los grupos de actitud extraídos se observa en la figura 8 que tiende a puntuar más bajo el grupo 2, de actitud más desfavorable hacia la ITV, en lo que se puede concluir como fenómeno muy relevante a tener muy en cuenta, que en gran parte la insatisfacción manifestada por algunos de los encuestados es debido a su predisposición negativa y no tanto a defectos objetivos que puedan concurrir en las estaciones. Sólo en el caso relacionado con la rapidez de la forma de cobro, supera en puntuación el grupo 2 al primero.

En las afirmaciones relacionadas con la atención e interés del personal técnico hacia el usuario, que aparecían con menor puntuación, es el grupo 2 el que destaca sobremedida con actitudes incluso en desacuerdo.

Del análisis de la experiencia global del servicio, tal y como se aprecia en las figuras 9 a 12 la mayoría indica haber recibido un servicio igual a lo esperado en los dos casos, y además son más los que afirman haber recibido un servicio mejor a lo esperado.

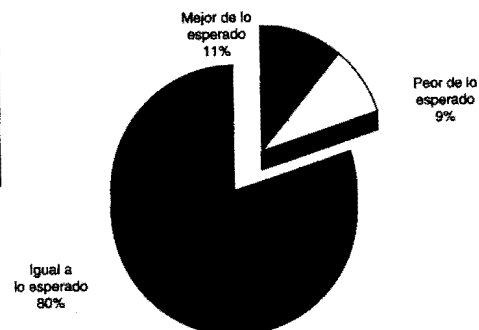
**Figura 8**  
**Satisfacción en la Prestación de los Servicios**

ASPECTOS VALORADOS	Media	D.T.	Grupo1	Grupo 2
• Las instalaciones de ITV son cómodas y facilitan la inspección al usuario	3,43	0,95	3,57	3,00
• Los equipos de inspección técnica tienen la apariencia de ser modernos	3,56	0,87	3,63	3,36
• Las instalaciones de oficina son adecuadas para prestar un buen servicio al usuario	3,52	0,90	3,57	3,38
• Los folletos de información y de pago son suficientes y de fácil comprensión	3,41	0,97	3,53	3,10
• Cuando se promete la inspección en un tiempo determinado la estación lo cumple	3,47	1,02	3,55	3,24
• La inspección técnica del vehículo parece completa en todos los sentidos	3,49	0,92	3,54	3,33
• El personal de inspección demuestra gran profesionalidad en su tarea	3,52	0,88	3,63	3,20
• La forma de cobro es rápida y cómoda	4,18	0,79	4,16	4,21
• En las oficinas, ante alguna duda, el empleado muestra interés en solucionarla	3,36	0,95	3,48	3,01
• En oficinas se muestra interés por agilizar los trámites de inspección	3,39	0,96	3,49	3,09
• Los empleados de inspección le sirven con rapidez	3,53	0,90	3,63	3,24
• El inspector no está demasiado ocupado para responder a sus preguntas	3,14	0,89	3,21	2,94
• El comportamiento de los empleados de oficina ha sido amable y atento	3,61	0,89	3,72	3,31
• Los empleados de oficina tienen conocimientos suficientes para responderle	3,39	0,90	3,49	3,08
• En la inspección se informa adecuadamente al usuario	3,41	0,92	3,51	3,19
• La hora de trabajo de la estación es adecuada para todos los usuarios	3,42	1,02	3,51	3,16
• Los empleados de inspección tratan de comprender sus necesidades y situación	2,91	0,98	3,06	2,47
• El inspector tiene interés en que usted comprenda lo que está realizando	3,03	0,99	3,15	2,69

- El servicio de las oficinas fue...

Figura 9

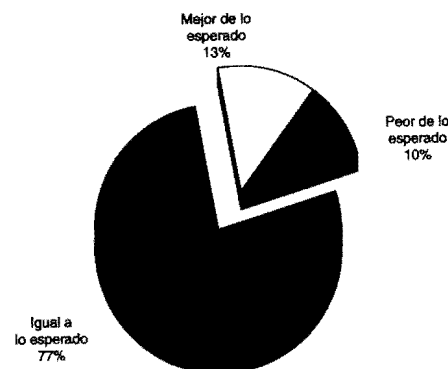
	%
Igual a lo esperado	80,1
Mejor de lo esperado	10,5
Peor de lo esperado	9,3



- El servicio del taller fue...

Figura 10

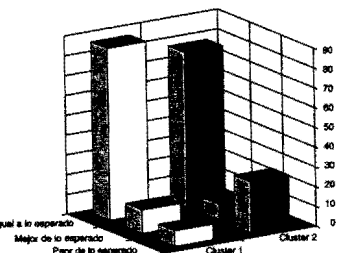
	%
Igual a lo esperado	77,7
Mejor de lo esperado	12,7
Peor de lo esperado	9,6



- El servicio de las oficinas fue...

Figura 11

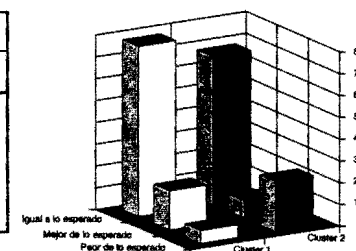
	CLUSTER	
	1	2
Igual a lo esperado	82,6	72,9
Mejor de lo esperado	12,6	4,70
Peor de lo esperado	4,90	22,4
Total	100	100



- El servicio del taller fue...

Figura 12

	CLUSTER	
	1	2
Igual a lo esperado	82,6	72,9
Mejor de lo esperado	12,6	4,70
Peor de lo esperado	4,90	22,4
Total	100	100



Por grupos de actitud sí existen claras diferencias significativas. El grupo 1, más favorable, está mucho más satisfecho del servicio. A destacar el porcentaje importante (más del 20%) que afirman haber recibido un servicio peor de lo esperado en el grupo 2 (desfavorable).

Se insiste por consiguiente en lo ya comentado. La experiencia negativa en la inspección de un número importante de usuarios (en torno al 10% del total) se debe en gran medida a una predisposición negativa con respecto al propio servicio de inspección obligatoria.

## 5. INDICES DE CALIDAD

Para construir los Índices de Calidad, que puedan servir como elementos de cuantificación objetiva del grado de satisfacción de las personas, se ha tenido en cuenta la valoración manifestada de los usuarios en los distintos apartados comentados en el punto anterior, junto con las preferencias generales con respecto a los atributos de la ITV estudiados.

Se consideraron como características generales a valorar por el usuario la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal, material de oficina; la habilidad de la estación para realizar el servicio de forma segura y precisa; la disponibilidad del personal para ayudar a los usuarios y darles un servicio rápido; el trato amable que se da al usuario, transmitiendo confianza. En consecuencia la experiencia real en las estaciones de servicio se ha de reconducir en estos cuatro aspectos básicos.

Las 18 variables o afirmaciones empleadas para captar la experiencia y satisfacción se agrupan por lo tanto en los cuatro apartados siguientes:

1. *Elementos tangibles*: apariencia de las instalaciones físicas, material, personal, folletos de información.

2. *Seguridad*: habilidad de la estación para realizar el servicio de forma segura y precisa.

3. *Capacidad de respuesta*: disponibilidad del personal para ayudar a los usuarios y darles un servicio rápido.

4. *Empatía*: trato amable e individualizado que se da al usuario transmitiendo confianza.

En cada uno de los cuatro apartados se obtuvieron medias de puntuación de los individuos entrevistados. Por otra parte se tuvo en cuenta la puntuación obtenida en las preferencias en los cuatro apartados correspondientes. También se consideró en el índice de preferencia la importancia de cada uno de los cuatro atributos generados en función del porcentaje de ocasiones que los usuarios los consideraron como más importantes.

El Índice de Calidad se obtuvo por último del producto del índice de preferencias por la satisfacción obtenida en cada caso, medida a partir de las 18 variables o afirmaciones consideradas en el cuestionario. Los valores se han transformado de modo que la puntuación máxima fuese 1000 (caso utópico de que todos los entrevistados indicasen para todos los aspectos la máxima puntuación).

En la figura 13 se recoge el resumen de todos los cálculos realizados para obtener los índices de calidad. Los comentarios que se pueden entresacar de los resultados son los siguientes:

1. El índice de Calidad medio se sitúa en torno a los 681 puntos sobre un total de 1000, lo cual confirma que la satisfacción en forma de calidad percibida es un hecho aunque siempre es susceptible de mejora y en cualquier caso nunca se conseguirá una total satisfacción en todos y cada uno de los usuarios.

2. Si nos atenemos a los clusters o grupos de actitud, es claro que el grupo de actitud favorable puntúa mucho más la calidad (700) frente al de actitud desfavorable (630), lo cual manifiesta una vez más el componente de prejuicios con respecto a la ITV en los índices de calidad percibidos. Se observa cómo los componentes de los índices varían en cada caso

**Figura 13**  
**Cálculos de los Índices de Calidad**

Variable	Media	% import	Indice	Experiencia	Puntuación	Indice Calidad
<i>TOTAL</i>	<i>30,01</i>			<i>TOTAL</i>	<i>13,69</i>	<i>681,80</i>
APAR	6,36	7,2	0,46	APARX	3,48	40,84
DISPON	7,85	23,3	1,83	DISPONX	3,52	165,01
HABIL	8,11	40,9	3,32	HABILX	3,45	293,30
TRATO	7,69	28,6	2,20	TRATOX	3,24	182,64
<i>CLUSTER 1</i>	<i>30,24</i>			<i>CLUSTER 1</i>	<i>14,07</i>	<i>700,61</i>
APAR	6,39	6,2	0,40	APARX	3,57	35,89
DISPON	7,93	22,6	1,79	DISPONX	3,61	63,74
HABIL	8,16	41,8	3,41	HABILX	3,54	306,43
TRATO	7,76	29,4	2,28	TRATOX	3,36	194,54
<i>CLUSTER 2</i>	<i>29,33</i>			<i>CLUSTER 2</i>	<i>12,61</i>	<i>629,95</i>
APAR	6,29	10,0	0,63	APARX	3,2	53,09
DISPON	7,58	25,5	1,93	DISPONX	3,3	168,24
HABIL	7,96	38,2	3,04	HABILX	3,22	56,65
TRATO	7,52	6,4	1,98	TRATOX	2,91	151,97

## 6. CONCLUSIONES

De las entrevistas realizadas entre los que habían utilizado en alguna ocasión el servicio de ITV se ha obtenido en general un resultado que muestra la satisfacción del usuario en diversos aspectos tenidos en cuenta, tal como la comodidad y el aspecto de las instalaciones, cumplimiento de los tiempos previstos en la revisión, inspirar confianza y seguridad por parte de los técnicos y otros similares. Con puntuación inferior en el grado de satisfacción se presentan los aspectos relacionados con la voluntad del personal a responder a las preguntas del usuario o su interés por comprender las necesidades del automovilista, sin que estos aspectos tiendan a indicar insatisfacción clara sin más.

Se aprecia una clara tendencia a puntuar menos los aspectos de satisfacción general percibida en el segundo grupo de actitud, que recoge aquellos individuos con una predisposición más negativa, puntúan significativamente mucho menos las cuestiones. Lo mismo ocurre en la satisfacción general percibida, el servicio tanto en talleres como en oficinas que para la gran mayoría fue igual a lo esperado. Sin embargo, el grupo de actitud negativa, lo que consideran que fue peor de lo esperado, llegan al 20%.

Teniendo en cuenta como referencia de valoración los aspectos tangibles, la seguridad percibida de la inspección, la capacidad de respuesta de los empleados y la empatía o trato amable, se obtuvieron índices de calidad global y por estaciones. En una escala entre 0 y 1000 el índice medio global fue favorable (681 puntos).

Si tenemos en cuenta los grupos de actitud se perciben diferencias significativas en los índices de calidad percibida: el grupo de los "favorables" puntúa con una cifra de 700 puntos, mientras en los segundos (desfavorables), sólo con 630.

En resumen, se percibe que hay un porcentaje de usuarios que muestran una actitud negativa o de desconfianza hacia el servicio en general, que además tienen que utilizar dado su carácter obligatorio, la cual les lleva a tener niveles de satisfacción inferiores que el resto de personas.

## 7. BIBLIOGRAFIA

- CRONIN, J. J.; TAYLOR, S. A. (1992): "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, vol. 56, n.º 3, julio, pp. 55-68.
- EDELMAN, D. (1993): "Satisfaction is Nice, but Share Pays", *Marketing Management*, vol. 2, n.º 1, pp. 8-13.
- HENRY, V. (1993): "Great Service Expectations: Avoiding 'bad hair' Days", *Texas Banking*, vol. 82, n.º 12, diciembre, pp. 13-26.
- HESKETT, J. L.; SASSER, E.; HART, C. (1993): *Cambios Creativos en Servicios*, Díaz de Santos.
- KEISER, A. (1993): "Keeping the Customer Satisfied Begins with Asking", *Bank Management*, vol. 69, n.º 10, octubre, pp. 48-53.
- RUST, R.; OLIVER, R.: (1994). *Service Quality*, Sage.
- VARELA, J. A. (1993): "La Adquisición de Información sobre los Productos por los Consumidores", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 2, n.º 3, pp. 167-180.
- ZEITHAML, V.; PARASURAMAN, A.; LEONARD, L.: (1993): *Calidad Total en la Gestión de Servicios*, Díaz de Santos.